

LOYALITAS PELANGGAN OLI MEREK “ ENDURO “
DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:

DIAH WAHYU FUJI LESTARI

0912015030/FE/EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2013

LOYALITAS PELANGGAN OLI MEREK “ ENDURO “
DI SURABAYA
SKRIPSI



Diajukan Oleh:
DIAH WAHYU FUJI LESTARI
0912015030/FE/EM

Kepada

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2013

SKRIPSI
LOYALITAS PELANGGAN OLI MEREK “ENDURO” DI
SURABAYA

Disusun Oleh :

DIAH WAHYU FUJI LESTARI
0912015030/FE/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 31 Juli 2013

Pembimbing
Pembimbing Utama

Sugeng Purwanto, SE, MM
NIP. 196801081989031001

Tim Penguji :
Ketua

Dr. Prasetyo Hadi, SE, MM
NIP 196008041989031001

Sekretaris

Sugeng Purwanto, SE, MM
NIP. 196801081989031001

Anggota

Rizky Dermawan, SE, MM
NIP 132297238

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM
NIP. 196309241989031001

Usulan Penelitian

LOYALITAS PELANGGAN OLI MEREK “ENDURO” DI
SURABAYA

Yang diajukan

DIAH WAHYU FUJI LESTARI

0912015030/FE/EM

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh

Pembimbing Utama

Sugeng Purwanto, SE, MM

NIP. . 196801081989031001

Tanggal :

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM

NIP.19650907199103100

USULAN PENELITIAN

LOYALITAS PELANGGAN OLI MEREK “ENDURO” DI
SURABAYA

Yang diajukan

DIAH WAHYU FUJI LESTARI
0912015030/FE/EM

Telah Diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi :

Pembimbing Utama

Sugeng Purwanto, SE, MM
NIP. . 196801081989031001

Tanggal :

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP.196509071991031001

SKRIPSI

LOYALITAS PELANGGAN OLI MEREK “ENDURO”
SURABAYA

Yang diajukan

DIAH WAHYU FUJI LESTARI

0912015030/FE/EM

Disetujui untuk Ujian Lisan Oleh

Pembimbing Utama

Sugeng Purwanto, SE, MM

NIP. . 196801081989031001

Tanggal :

Mengetahui

Wakil Dekan I

Drs. Rahman A. Suwaidi, MS

NIP. 196003301986031003

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah member limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sesuai dengan tujuan dan waktu yang diharapkan dengan judul “ LOYALITAS PELANGGAN OLI MEREK “ENDURO “ DI SURABAYA ”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Progdil Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jawa Timur.
4. Bapak Sugeng Purwanto, SE, MM. selaku Sekertaris Jurusan Menejemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jawa

Timur dan selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Segenap staff Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Ibu, Bapak dan Adik yang telah memberikan dukungan, doa, semangat dan segalanya.
7. Puteradi Kurniawan yang telah memberikan dukungan, doa, semangat dan segalanya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna kesempurnaan di masa mendatang dan pengembangan ilmu pengetahuan. Besar harapan penulis, kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis lain dan parapembaca.

Surabaya, 17 Juli 2013,

Diah Wahyu Fuji Lestari.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
ABSTRAK.....	viii
 BAB I : PENDAHULUAN.....	 1
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Perumusan Masalah	4
1.3.Tujuan Penelitian.....	5
1.4.Manfaat Penelitian.....	5
 BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	 6
2.1.Penelitian Terdahulu.....	6
2.2.Landasan Teori.....	8
2.2.1. Merek (Brand).....	8
2.2.1.1.Peranan kegunaan merek.....	9
2.2.1.2.Brand Equity (Ekuitas Merek).....	10
2.2.2. Kepercayaan (trust).....	12
2.2.3. Kepercayaan akan merek (Brand Trust).....	12
2.2.4. Komitmen.....	14

2.2.5. Loyalitas merek.....	16
2.2.6. Pengaruh Kepercayaan merek terhadap loyalitas merek.....	22
2.2.7. Pengaruh komitmen terhadap loyalitas merek.....	23
2.3.Kerangka Konseptual.....	26
2.4.Hipotesis.....	27
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1.Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
3.1.1 Teknik Pengukuran Variabel	31
3.2.Teknik Penentuan Sampel.....	31
3.3.Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3.1. Jenis dan Sumber Data.....	32
3.3.2. Pengumpulan Data.....	32
3.4.Teknik Analisis Data.....	33
3.4.1. Inner Model.....	34
3.4.2. Outer Model.....	35
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	37
4.1.1. Café Enduro.....	39
4.1.2. Deskripsi Responden.....	42
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	42

4.2.1. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	42
4.2.2. Hasil Analisis Data.....	44
4.2.2.1 Uji Outliner.....	44
4.2.3. Pembahasan.....	.52

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1.Kesimpulan.....	56
5.2. Saran.....	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

ABSTRAKSI

Oli Enduro merupakan produk pelumas mesin berkekuatan maksimal produksi PT.Pertamina merupakan salah satu produk pelumas yang telah dikenal oleh masyarakat. Bahkan produk tersebut oleh sebagian orang sudah menjadi produk pelumas mesin pilihan diantara produk lainnya. Pada periode tahun 2009-2012 terdapat penurunan penjualan, penurunan penjualan merupakan bentuk turunnya loyalitas pelanggan terhadap produk tersebut. Loyalitas secara harfiah diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Loyalitas merek yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain kepercayaan pelanggan akan produk Oli Enduro serta komitmen untuk membeli kembali produk tersebut. Kepercayaan adalah variabel kunci dalam pengembangan keinginan untuk menjaga sebuah hubungan jangka panjang serta komitmen untuk tetap menggunakan produk produk pelumas mesin Oli Enduro. Kepercayaan pelanggan terhadap Oli Enduro menunjukkan suatu pengharapan pelanggan atas janji yang diberikan oleh perusahaan tentang manfaat produk tersebut. Dengan merasakan manfaat atas penggunaan produk tersebut, dapat menciptakan komitmen untuk menggunakan produk tersebut lagi dimasa mendatang. Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian ini dilakukan untuk : a) Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek Oli Enduro di Surabaya. b) Untuk menganalisis pengaruh komitmen terhadap loyalitas merek pelanggan Oli Enduro di Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Oli Enduro di Surabaya, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 110 orang pelanggan Oli Enduro di Surabaya. Dengan menggunakan teknik purposive sampling maka yang menjadi sampel adalah: a) pelanggan telah membeli oli merek Enduro sebanyak 3x dalam 1 tahun terakhir, b) Usia diatas 17th, c) Lokasi pembelian di Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: a) Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas, b)Komitmen berpengaruh positif terhadap Loyalitas.

Kata kunci : loyaalitas, kepercayaan, komitmen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini persaingan bisnis yang dihadapi oleh perusahaan semakin ketat sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi. Manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan satisfaction pelangganya sehingga pada akhirnya dapat tercipta loyalitas merek yang tinggi dari pelangganya terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Seorang pemasar dalam mengembangkan suatu produk harus menetapkan derajat kualitas tertentu bagi produknya, karena kualitas produk menunjukkan kemampuan sebuah produk untuk menjalankan fungsinya. Dalam merencanakan produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan ke pelanggan, perencanaan produk harus memperhatikan dimensi produk.

Oli Enduro merupakan produk pelumas mesin berkekuatan maksimal produksi PT.Pertamina merupakan salah satu produk pelumas yang telah dikenal oleh masyarakat. Bahkan produk tersebut oleh sebagian orang sudah menjadi produk pelumas mesin pilihan diantara produk lainnya. Saat ini ada belasan merek pelumas mesin yang memiliki kualitas berbeda dan tersebar di pasaran, oleh sebab itu perlu dilakukan strategi khusus dalam memasarkan produk pelumas mesin merek Enduro. Kondisi ini menimbulkan terjadinya persaingan diantara para

pengusaha yang memproduksi pelumas mesin berkekuatan maksimal. Persaingan yang ada dilakukan untuk dapat menarik pasar sebanyak-banyaknya agar produknya dapat digemari oleh masyarakat. Persaingan merebut pasar melalui iklan juga mampu membuat berbagai merek pelumas mesin makin populer di tengah masyarakat.

Data pendukung permasalahan terjadinya penurunan volume penjualan Oli Enduro di Surabaya tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1: Data penjualan Oli Enduro periode tahun 2009-2012

Periode Th.	Penjualan	Perubahan	
	(doss)	Unit	Persen
2009	987.000		
2010	965.000	-22.000	-0,0223
2011	865.000	-100.000	-0,1036
2012	826.000	-39.000	-0,0451

Sumber: Internal perusahaan.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan produk Oli Enduro di Surabaya mengalami penurunan volume penjualan pada periode tahun 2009-2012. Penurunan volume penjualan diduga karena loyalitas pelanggan akan produk Oli Enduro yang menurun. Berdasarkan hasil penelitian diatas bagaimana cara perusahaan meningkatkan volume penjualan produk Oli Enduro.

Loyalitas secara harfiah diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Mowen dan Minor (1998) mendefinisikan loyalitas sebagai mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang. Loyalitas menunjukkan kecenderungan pelanggan untuk menggunakan suatu merek tertentu dengan tingkat konsistensi

yang tinggi (Dharmmesta, 1999). Ini berarti loyalitas selalu berkaitan dengan preferensi pelanggan dan pembelian aktual. Definisi loyalitas dari pakar yang disebutkan di atas berdasarkan pada dua pendekatan, yaitu sikap dan perilaku. Dalam pendekatan perilaku, perlu dibedakan antara loyalitas dan perilaku beli ulang. Perilaku beli ulang dapat diartikan sebagai perilaku pelanggan yang hanya membeli suatu produk secara berulang-ulang, tanpa menyertakan aspek perasaan dan pemilikan di dalamnya. Sebaliknya loyalitas mengandung aspek kesukaan pelanggan pada suatu produk. Ini berarti bahwa aspek sikap tercakup di dalamnya. Loyalitas berkembang mengikuti tiga tahap, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Biasanya pelanggan menjadi setia lebih dulu pada aspek kognitifnya, kemudian pada aspek afektif, dan akhirnya pada aspek konatif. Ketiga aspek tersebut biasanya sejalan, meskipun tidak semua kasus mengalami hal yang sama.

Loyalitas merek yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain kepercayaan pelanggan akan produk Oli Enduro serta komitmen untuk membeli kembali produk tersebut. Kepercayaan adalah variabel kunci dalam pengembangan keinginan untuk menjaga sebuah hubungan jangka panjang serta komitmen untuk tetap menggunakan produk produk pelumas mesin Oli Enduro. Menurut Rotter (1997) dalam Jafar (2006:164) menyatakan bahwa “kepercayaan adalah suatu pengharapan seseorang atau kelompok atas janji yang diberikan secara lisan atau tertulis dari kelompok dan individu yang lain”. Sedangkan kepercayaan pelanggan atas merek suatu produk oleh Chaudhuri dan Holbrook (2001) didefinisikan sebagai “kerelaan pelanggan pada umumnya untuk bergantung pada kemampuan merek

tersebut untuk melakukan fungsi-fungsinya”. Komitmen adalah suatu keinginan seseorang untuk melanjutkan sebuah hubungan”(Geyskens et al.,1996; Gundlach et al.,1995; Samuelson dan Sandvik, 1999).

Dari kedua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merek dapat menimbulkan komitmen untuk membina hubungan jangka panjang atau dalam hal ini adalah ketergantungan atas suatu merek, yang akhirnya dapat menyebabkan loyalitas pada diri pelanggan. Blackston (1995), Gurviez (1996), dan Heilbrunn (1995) yang menyebutkan bahwa kepercayaan dapat memberikan skema yang sesuai untuk mengkonsep dan mengukur sebuah dimensi yang lebih kualitatif dari nilai merek. Merek harus dapat memberi keuntungan bagi pemakai produk dalam arti dapat memberi kepuasan seperti kepuasan terhadap kualitas produk (secara rasional) dan secara emosional (trust /kepercayaan). Selain itu, sebuah merek untuk bisa bertahan dalam persaingan harus dapat berupaya untuk menghadirkan komitmen yang tinggi atau hubungan jangka panjang dengan pemakai produk agar pemakai produk loyal terhadap produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini diberi judul “ Loyalitas Pelanggan Oli merek Enduro di Surabaya ”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka perumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas Oli merek Enduro di Surabaya?.

- b. Apakah komitmen berpengaruh terhadap loyalitas Oli merek Enduro di Surabaya?.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas Oli merek Enduro di Surabaya.
- b. Untuk menganalisis pengaruh komitmen terhadap loyalitas pelanggan Oli merek Enduro di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain:

- a. Bagi perusahaan kiranya penelitian ini dapat memberikan informasi tentang manfaat merek dengan loyalitas merek, bagaimana meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap merek khususnya Oli merek Enduro.
- b. Bagi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur penelitian ini dipergunakan sebagai tambahan referensi di perpustakaan.
- c. Bagi pembaca diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya penelitian yang berkaitan dengan kepercayaan merek dan loyalitas merek